



Οικονομία, Καινοτομία και Διαδίκτυο

Μ. Τσικνάκης
Εαρινό Εξάμηνο 2016

Μάθημα 7: Επιτυχημένα Επιχειρηματικά Μοντέλα για eBusiness

Επιτυχημένα επιχειρηματικά μοντέλα διαδικτύου

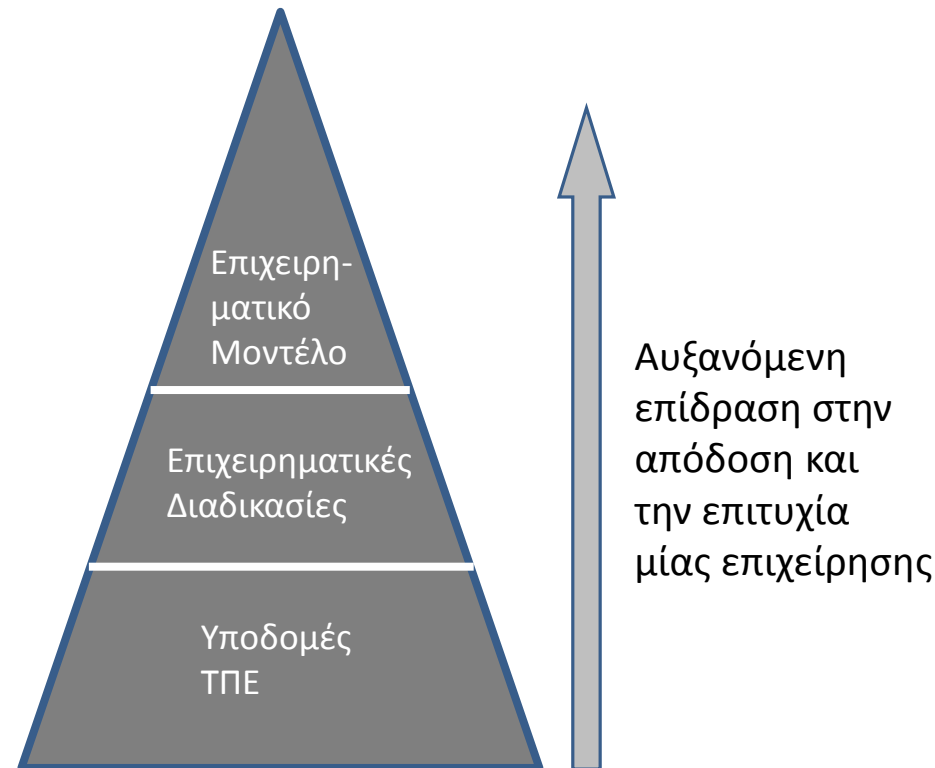


- ❖ Ανάλυση των 10 πρόσφατων καινοτόμων και επιτυχημένων επιχειρηματικών μοντέλων (Successful eServices Business Models in 2013)
- ❖ Όπως προαναφέρθηκε, το επιχειρηματικό μοντέλο περιγράφει τον **πυρήνα της λογικής μιας επιχείρησης**.

Επιχειρηματικό Μοντέλο, Επιχειρησιακές Διαδικασίες και ΤΠΕ



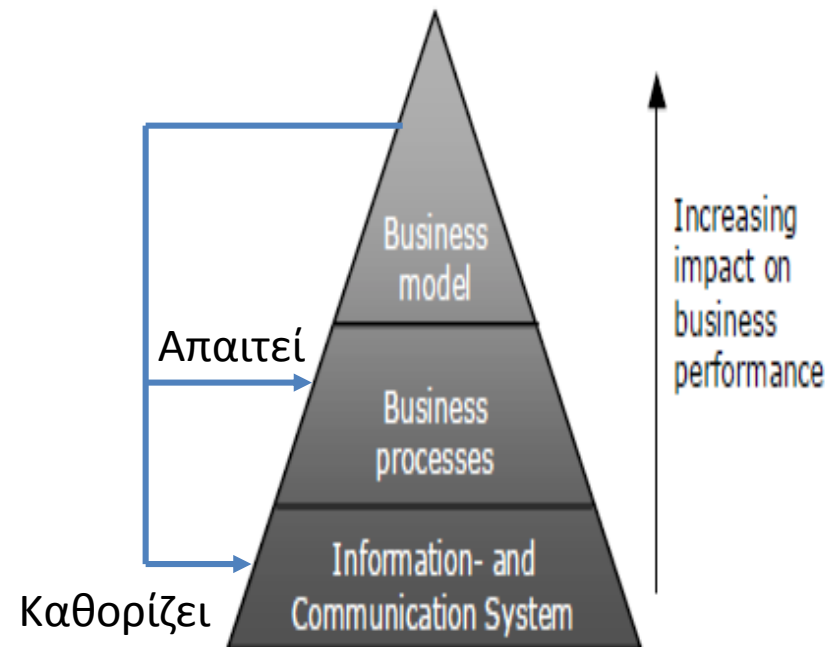
- ❖ Ένα επιχειρηματικό μοντέλο περιγράφει τη λογική ενός «επιχειρηματικού συστήματος» (Business System) που στόχο έχει τη δημιουργία αξίας, και το οποίο στηρίζεται σε αυτές τις πραγματικές διαδικασίες.
- ❖ Το Σχήμα 1 απεικονίζει τη σχέση μεταξύ των διαφόρων βαθμίδων της επιχειρηματικής λογικής:
 - Το επιχειρηματικό μοντέλο δίνει νόημα στις διάφορες επιχειρηματικές διαδικασίες, περιγράφοντας γιατί ορισμένες διεργασίες είναι σχεδιασμένες με τον τρόπο που είναι.
 - Οι επιχειρηματικές διαδικασίες, από την άλλη πλευρά, έχουν μια δυναμική σχέση με τα υποκείμενα συστήματα πληροφοριών και επικοινωνίας.



Επιχειρηματικό Μοντέλο, Επιχειρησιακές Διαδικασίες και ΤΠΕ



- ❖ Αλλαγές στην διαθέσιμη τεχνολογία συχνά μπορούν να επηρεάσουν καθιερωμένες διαδικασίες ή να μεταβάλλουν το επιχειρηματικό μοντέλο.
- ❖ Πράγματι, ορισμένα νέα επιχειρηματικά έχουν καταστεί βιώσιμα, αξιοποιώντας τις δυνατότητες ανάπτυξης των σύγχρονων ΤΠΕ.
- ❖ Αλλαγές σε υψηλότερο επίπεδο, που έχουν μεγαλύτερο αντίκτυπο στις επιχειρήσεις, πάντα καταλήγουν σε μεταβολές των υποκείμενων επιπέδων, καθώς και ότι το επιχειρηματικό μοντέλο μπορεί να εφαρμοστεί με επιτυχία, αν οι διαδικασίες και οι ΤΠΕ που τις υποστηρίζουν ταιριάζουν.



eBusiness – Ορισμοί & βασικές έννοιες



- ❖ Σύμφωνα με την **ECA (Electronic Commerce Association)** «*Το ηλεκτρονικό επιχειρείν καλύπτει οποιαδήποτε μορφή επιχειρηματικής ή διοικητικής συναλλαγής ή ανταλλαγής πληροφοριών, η οποία εκτελείται με τη χρησιμοποίηση οποιασδήποτε τεχνολογίας πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών*»
- ❖ Τα τελευταία χρόνια, το **Internet** προσέφερε στις επιχειρήσεις ένα νέο φάσμα δυνατοτήτων επικοινωνίας, διείσδυσης και ανάπτυξης.
- ❖ Βασικός μοχλός ήταν οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις, με σημαντική καινοτομία την **ανάπτυξη του Web**, που διευκόλυνε την πρόσβαση μέσω browsers με υποστήριξη γραφικών (και πολυμέσων γενικότερα) και επέτρεψε στο ευρύ κοινό να πλοηγείται εύκολα και γρήγορα στον κυβερνοχώρο.
- ❖ Το αποτέλεσμα ήταν οι όροι **e-εμπόριο (ηλεκτρονικό εμπόριο)** και **e-επιχειρείν (ηλεκτρονικό επιχειρείν)** να κάνουν την εμφάνισή τους.

Ηλεκτρονικό Εμπόριο



- ❖ Ιστορικά, ο όρος «ηλεκτρονικό εμπόριο» (electronic commerce, e-commerce, e-εμπόριο ή EC) έκανε την εμφάνισή του πολύ πριν τον όρο «ηλεκτρονικό επιχειρείν» (electronic business, e-business ή e-επιχειρείν).
- ❖ «Το e-εμπόριο είναι μια **νέα επιχειρηματική πρακτική**. Σύγχρονες τεχνολογίες και μέθοδοι συνδυάζονται προκειμένου οι επιχειρήσεις να αυξήσουν την αξία τους, να ελαχιστοποιήσουν τα κόστη τους και να μεγιστοποιηθεί η δυνατότητα προσέγγισης όσο το δυνατό περισσότερων πελατών.» (ΣΕΠΕ – Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής και Επικοινωνιών Ελλάδας)
- ❖ «Το e-επιχειρείν ορίζεται ως η **μεταμόρφωση επιχειρηματικών διαδικασιών-κλειδιά** μέσω της χρήσης των τεχνολογιών του Internet.» (IBM)

eBusiness - eΕπιχειρείν



- ❖ Ένα σύνολο από **ενδο- και δι- επιχειρηματικές** στρατηγικές και προηγμένες **Τεχνολογίες Πληροφορικής & Τηλεπικοινωνιών (ΤΠΕ ή ICTs – Information & Communication Technologies)** που αποσκοπούν:
- στην **αυτοματοποίηση** και απλοποίηση των επιχειρηματικών διαδικασιών.
 - στη **μείωση** του κόστους.
 - στη **βελτίωση** της ποιότητας των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών.
 - στην **αύξηση** της ποιότητας και της ταχύτητας παράδοσης.
 - στη **δημιουργία** «εξατομικευμένων» σχέσεων με τους εμπορικούς εταίρους (δηλαδή επιχειρήσεις) και τους τελικούς καταναλωτές.

Η ανάγκη



Αλλαγές στο επιχειρηματικό περιβάλλον
Αλλαγή στη συμπεριφορά των καταναλωτών
Τεχνολογικές εξελίξεις
Παγκοσμιοποίηση του εμπορίου



Συνεχώς αυξανόμενος ανταγωνισμός



Ανάγκη για εκσυγχρονισμό



Επανασχεδιασμός επιχειρηματικών πρακτικών



e-Εμπόριο & e-Επιχειρείν

Βασικά βήματα



- ❖ Επιχειρησιακό σχέδιο (**business plan**):
 - Εσωτερική ανάλυση επιχείρησης και εξωτερική ανάλυση αγοράς.
 - Επιλογή, προσδιορισμός και υλοποίηση στρατηγικής.
 - Οικονομικό πλάνο.
- ❖ Επιλογή **επιχειρηματικού μοντέλου**.
- ❖ **Υποδομή & εξοπλισμός, διασύνδεση** με το Internet.
- ❖ Κατασκευή **δικτυακού τόπου**.
- ❖ Ηλεκτρονική **ολοκλήρωση** και **διασύνδεση** διαδικασιών με τις υποδομές της επιχείρησης π.χ. βάσεις δεδομένων, ERP (enterprise resource planning systems), CRM (customer relationship management systems), κλπ.
- ❖ Συμμετοχή σε **ηλεκτρονικές αγορές, διαφήμιση**.

Προϋποθέσεις – Πρόσβαση στο διαδίκτυο



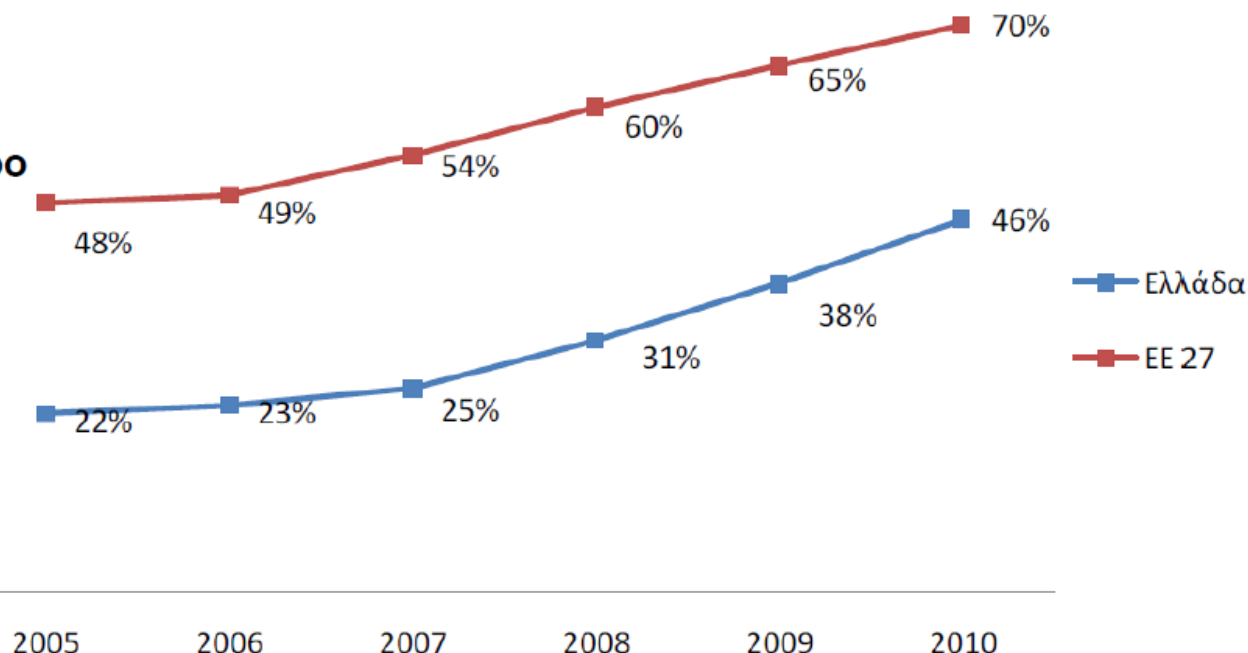
- 46% των ελληνικών νοικοκυριών είναι συνδεδεμένα στο διαδίκτυο.

- Επίπεδο ΕΕ27: αρκετά υψηλότερο ποσοστό (70%).

- Στη διετία 2008-2010 καταγράφηκε άνοδος 15 ποσοστιαίων μονάδων.

- Την αντίστοιχη διετία η άνοδος στην ΕΕ27 ήταν 10 ποσοστιαίες μονάδες.

% νοικοκυριών με σύνδεση στο διαδίκτυο



Επίπεδα & νέες μορφές



❖ Εσωτερική οργάνωση

- Αφορά τη χρήση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας για τις **εσωτερικές λειτουργίες μιας επιχείρησης**.

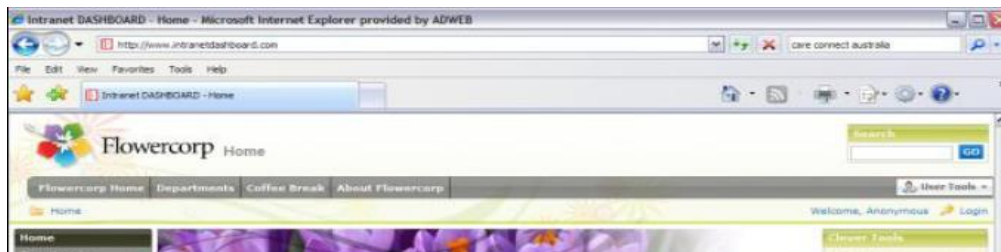
❖ B2B ή **Business-to-Business**

- Αφορά τις πωλήσεις από **επιχειρήσεις σε επιχειρήσεις**. Θα μπορούσαμε να το ονομάσουμε χονδρικό ηλεκτρονικό εμπόριο. Η διαδικασία είναι αμφίδρομη και συμπεριλαμβάνει την αγορά και την πώληση αλλά και στοιχεία που έχουν σημασία για τη λειτουργία της επιχείρησης όπως είναι η μελλοντική διαθεσιμότητα, οι όροι πληρωμής ή οι χρόνοι παράδοσης μιας παρτίδας.

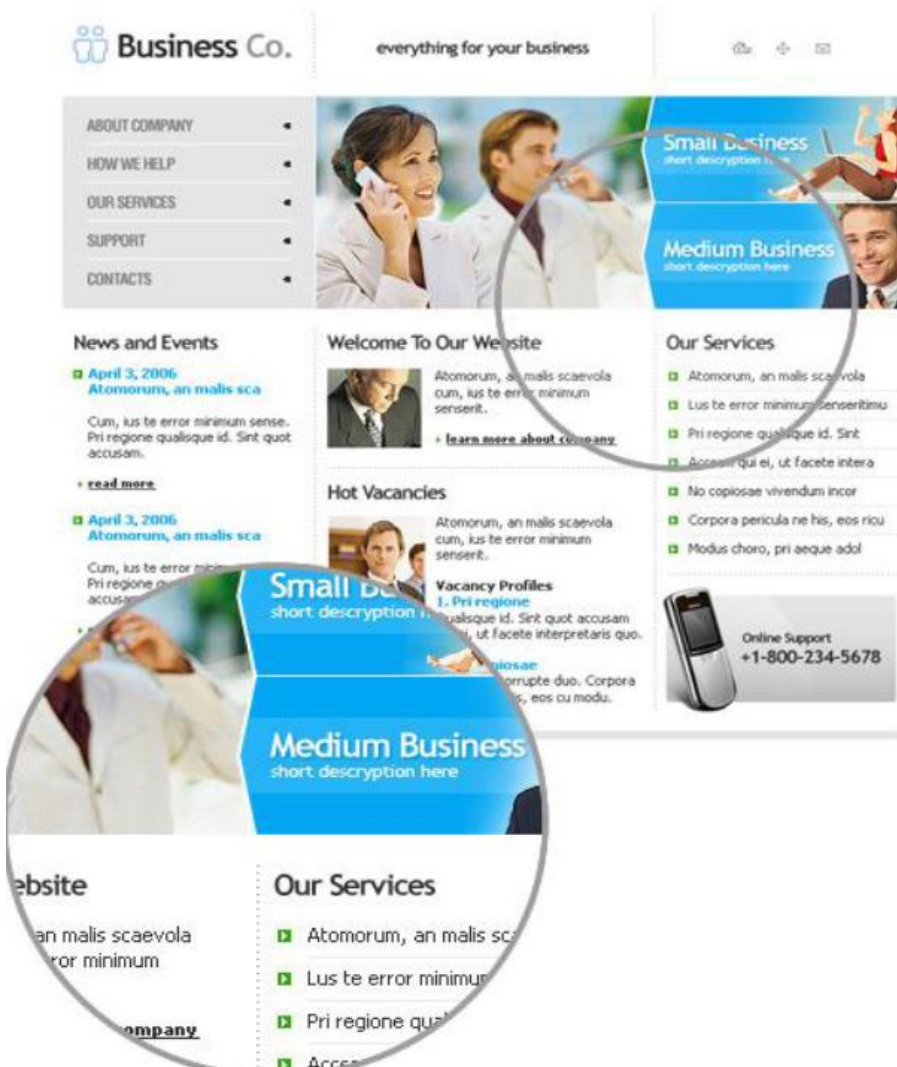
❖ B2C ή **Business-to-Consumer**

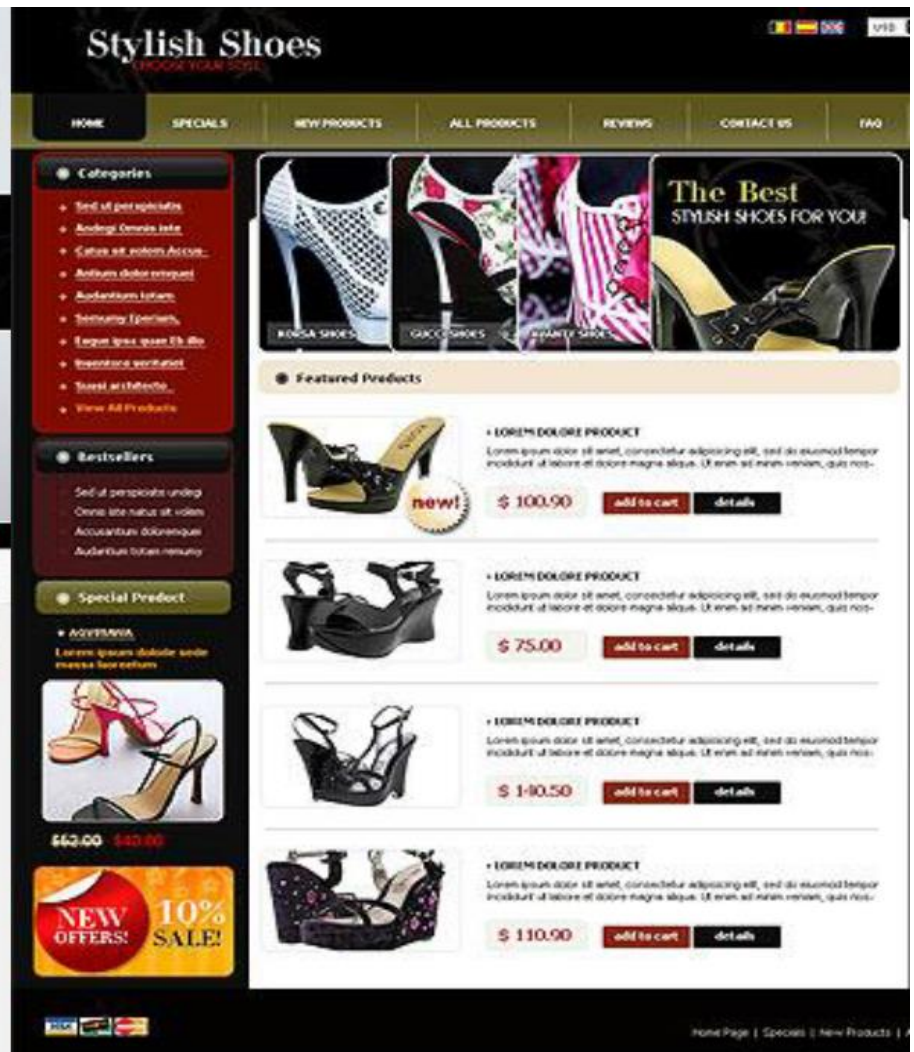
- Αφορά τις πωλήσεις από **επιχειρήσεις σε καταναλωτές**. Κατά αναλογία θα το αποκαλούσαμε λιανικό ηλεκτρονικό εμπόριο. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι πωλήσεις βιβλίων, υπολογιστών ή ακόμη και συνδρομών περιοδικών.

Εσωτερική οργάνωση - Intranet



B2B ή Business-to-Business





B2C-B2B: πραγματικά στοιχεία & πρόβλεψη

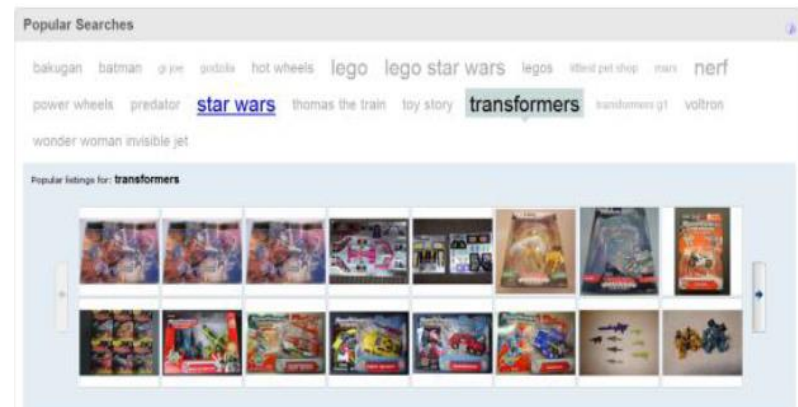
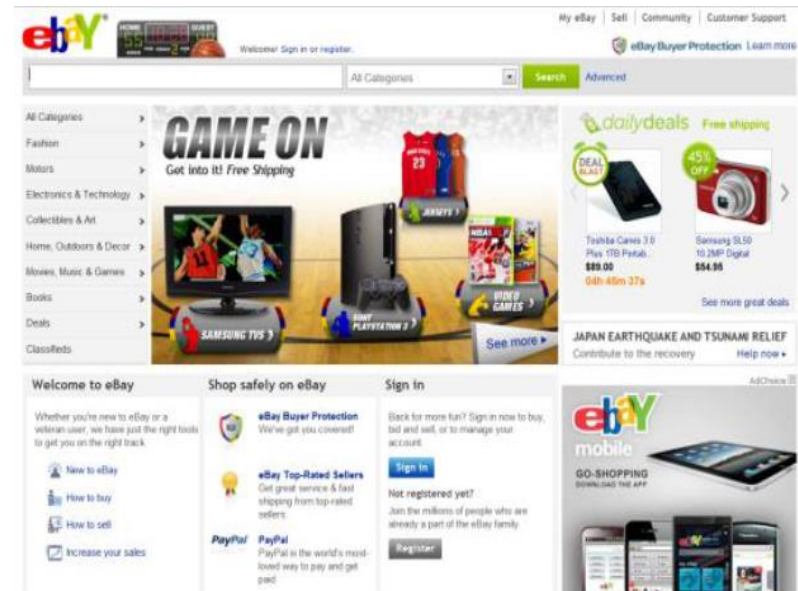


Year	B2C Sales: Actual and Estimated \$ Billions	B2B Sales (including EDI): Actual and Estimated \$ Billions
2010	330	8600
2009	300	7500
2008	270	6500
2007	230	5600
2006	200	4800
2005	170	4100
2004	130	2800
2003	100	1600
2002	80	900
2001	70	730
2000	50	600
1999	25	550
1998	10	520
1997	5	490
1996	Less than 1	460

C2C ή Consumer-to-Consumer



- ❖ Αφορά ιδιώτες που αγοράζουν και πωλούν προϊόντα μεταξύ τους.
- ❖ Κάποιος πουλάει ένα αντικείμενο σε κάποιον άλλο, χρησιμοποιώντας ένα **auction site** (site δημοπρασιών) π.χ. το **eBay** (www.ebay.com).
- ❖ Χαρακτηριστικό στοιχείο αποτελεί η **δυναμική τιμολόγηση των προϊόντων/υπηρεσιών (dynamic pricing)**, όπου οι τιμές δεν είναι προκαθορισμένες αλλά ρυθμίζονται με βάση την προσφορά και τη ζήτηση ανά χρονική στιγμή.



Πλεονεκτήματα & περιορισμοί

Πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις



❖ Λειτουργία επιχείρησης:

- Βελτίωση στην οργάνωση και στις διαδικασίες της επιχείρησης (π.χ. αποδοτικότερη διαχείριση προμηθευτικής αλυσίδας, καλύτερος έλεγχος αποθεμάτων).
- Μάρκετινγκ (δυνατότητα παγκόσμιας παρουσίας, άμεση αλληλεπίδραση επιχείρησης-πελάτη, διαρκής ενημέρωση για τα προϊόντα/υπηρεσίες της επιχείρησης).
- Πρόσβαση σε νέες αγορές.
- Περιορισμός του άμεσου κόστους.
- Ταχύτερη παράδοση προϊόντων.
- Καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών.
- Ενίσχυση-προώθηση της δημόσιας εικόνας (image) της επιχείρησης.

❖ Μετασχηματισμός επιχείρησης:

- Εκμάθηση της νέας τεχνολογίας.
- Νέες σχέσεις με τους πελάτες.

❖ Αλλαγή προτύπων:

- Νέες δυνατότητες προϊόντων.
- Νέα λειτουργικά μοντέλα.
- Εναλλακτικά κανάλια πώλησης, προβολής και προώθησης προϊόντων/υπηρεσιών.

Πλεονεκτήματα & περιορισμοί

Πλεονεκτήματα για τους καταναλωτές



- ❖ Δυνατότητα αγορών **24/7**.
- ❖ Μειωμένες **τιμές** προϊόντων/υπηρεσιών → ουσιαστικές **εκπτώσεις**.
- ❖ **Ταχύτητα** στις συναλλαγές.
- ❖ **Άνεση** στις αγορές.
- ❖ **Πρόσβαση** σε νέες αγορές.
- ❖ Αυξημένος ανταγωνισμός -> μεγαλύτερη **ποικιλία** προϊόντων/υπηρεσιών.
- ❖ Καλύτερη **διαχείριση** των πληροφοριών (αναζήτηση, σύγκριση).
- ❖ **Υποστήριξη** (πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την αγορά).
- ❖ Συμμετοχή σε ηλεκτρονικούς **πλειστηριασμούς & κοινότητες**, κλπ.

Περιορισμοί eBusiness & e-εμπορίου



- ❖ Έλλειψη **ασφάλειας** και **αξιοπιστίας** στο δίκτυο.
- ❖ Έλλειψη **εμπιστοσύνης** (trust) π.χ. αποδοχή νέων μεθόδων πληρωμής και «**αντίσταση**» καταναλωτών.
- ❖ Διασφάλιση **απορρήτου**.
- ❖ Παραβίαση **ιδιωτικότητας**.
- ❖ **Κόστος** για επιχειρήσεις και καταναλωτές (μικροί αριθμοί αγοραστών και πωλητών).
- ❖ **Νομοθετικό** και **θεσμικό πλαίσιο** (προστασία καταναλωτή, πνευματική ιδιοκτησία, κανονισμός ασφαλείας, περιεχομένου, κλπ.).
- ❖ **Γλωσσολογικά** και **πολιτιστικά** ζητήματα.

- ❖ Έλλειψη ικανοποιητικών **μηχανισμών/τεχνολογιών** ασφαλείας.
 - Κρυπτογράφηση και άλλες τεχνολογίες (τείχη προστασίας, έξυπνες κάρτες, πρωτόκολλα, κλπ.).
- ❖ Έλλειψη διεθνώς αποδεκτών **προτύπων** για ποιότητα, αξιοπιστία.
- ❖ Διαθεσιμότητα **υποδομών** και **εύρους ζώνης τηλεπικοινωνιών**.
- ❖ Δυσκολίες στην **ολοκλήρωση** μεταξύ εφαρμογών Internet, e-εμπορίου, βάσεων δεδομένων, κλπ.
- ❖ Απαίτηση για **εξοπλισμό, λογισμικό** π.χ. Web servers, λογισμικό πληρωμών, κλπ.
- ❖ **Πρόσβαση** στο Internet.

Βιβλιογραφία



- ❖ Chaffey, D. (2011). E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice. Prentice Hall.
- ❖ Daniel, I. (2011). E-commerce Get It Right! Essential Step-by-Step Guide for Selling & Marketing Products Online. Insider Secrets, Key Strategies & Practical Tips - Simplified for Start-Ups & Small Businesses. NeuroDigital.
- ❖ Elad, J., & Belew, S. (2011). Starting an Online Business All-in-One for Dummies. For Dummies.
- ❖ Gerth, G., Barth, A., & Machill, E. (1999). Electronic Commerce in Europe. Report for the European Commission, Stiftung Warentest, Berlin.
- ❖ Ghosh, S. (1998). Making Business Sense of the Internet. Harvard Business Review, 76(2), 126-135.
- ❖ Hopgood, B. (2002). History of the Web. Oxford Brookes University.
<http://www.w3c.rl.ac.uk/primers/history/origins.pdf>
- ❖ Kalakota, R., & Whinston, A. (1996). Frontiers of Electronic Commerce. Addison-Wesley Publishing Company Inc., ISBN 0-201-84520-2.
- ❖ Kosiur, D. (1997). Understanding Electronic Commerce. Microsoft Press, ISBN 1-57231-560-1.
- ❖ Laudon, K., & Traver, C. (2012). E-Commerce, Business, Technology, Society, 2012. Prentice Hall.